

Региональный брендинг:

Методологические подходы к анализу региональных брендов

VII съезд Центров поддержки технологий и инноваций
Российской Федерации

30-31 мая 2019 года



Эффекты регионального брендинга

- узнаваемость
- туризм
- инвестиции
- экономический рост

региональный бренд - не логотип, реализуется через институты защиты ИС (ТЗ, НМПТУ, ГУ пр.)

региональный бренд - ценностный стратегический ресурс

Региональный бренд как агент действия

- правовая охрана и продвижение региональных брендов – серьезный **ресурс** для развития экономики регионов
- региональный бренд - **стратегия** на уровне региона vs брендированный продукт - товар или услуга. Бренд имеет стратегическое значение
- региональные бренды как неустанные **агенты** вновь и вновь указывают и именуют территорию, производящую товар, безостановочно позитивно описывают географическую среду, которая определяет признанные характеристики товара. Региональный бренд работает в отличие от рекламы всегда и везде

Концептуальные установки

- трансформация факта в образ
- новая идентичность и ее метафора
- трансформация стратегий в коммуникации
- художественная ценность VS PR-машина
- “что-нибудь крафтовое”

Методологические установки

- от идеи реестра стилевых особенностей - к идее списка аналитических оснований
- визуальная компонента VS вербальная компонента VS географическая компонента
- устойчивой позитивная ассоциации. Психологически пищевые товары - всегда уместный вариант
- ценный репутационный актив, заменяющий средства на продвижение и опыт продвижения, стимул развития. Экспонирование, заявление

visit estonia

visit estonia

visit
estonia

visit
estonia

visit estonia

think estonia

invest estonia

enter estonia

taste estonia

study estonia

use estonia

design estonia

акцент на инновациях / обыгрывание буквы "е"

our foreeestseests
our foreeests
under protection

In Estonia, forests cover 49% of territory,
40% of it is certified organic, naturally!

empowering
everyone.

join the independent
minds and explore the
world's first fully
functional digital society.

Estonia is the first and only country in the world to offer
a transnational digital identity - e-residency, since 2016.

smartest, cleanest,
bravest, strongest,
coolest, clearest, busiest,
weirdest, simplest, fastest,
deepest, happiest
year 2017

brightest
future!



According to OECD's PISA results, Estonian basic
education is the best in Europe and in the top 3 globally.

efficient
egalitarian
empowering
e-residency
expanding

why there's
so many "e"
letters in
peer 2 peer?

Because it's essentially estonian.



realest bogs. visit estonia

Always within a reach of half an hour ride.

LITHUANIA
Real is beautiful

LIETUVA
O čia ar buvai



природные аспекты и образы





красные линии канадского флага без стереотипа - кленового листа



Образцы экосистемного брендинга

**Silicon Valley (Palo-Alto) - мы здесь все
для того, чтобы обеспечивать
инновации**

Особое внимание - промышленным образцам

сувенирная продукция - один из наиболее очевидных потребителей регионального стиля

сувернирная продукция - своеобразный экспортный механизм. Агент влияния во внешней среде

сочетание дизайнерских и креативных компетенций с механизмами защиты ИС и брендинга регионов